

بررسی و مقایسه جامعه‌شناختی عبارات خطاب در زبان فارسی و گیلکی

شهین شیخ سنگ تاجن^{۱*}، آزاده یوسفی گراکوئی^۲

۱. استادیار زبان‌شناسی، دانشگاه پیام نور

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه پیام نور

دریافت: ۱۳۹۵/۱۰/۱۹ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۱۵

The Study and Comparison of Address Terms in Persian and Gilaki

Shahin Sheikh Sang Tajan^{*1}, Azadeh Yousefi Garakooie²

1. Associate Professor of Linguistics, Payame Noor University

2. MA Student of Linguistics, Payame Noor University

Received: 2017/01/08 Accepted: 2016/03/05

Abstract

Applying address terms is considered as a kind of observing social politeness in the society and the speakers of each language use them regarding their particular ways. This article is an analytic-descriptive research which assesses address terms in the Persian and Gilaki languages and compares them with each other. Fifty Gilaki speakers and 50 Persian speakers, ranged between 25 to 40 years old, were selected as the samples of the study. Researchers tried to answer two questions: 1) What are the most frequently used address terms in Persian and Gilaki?, and 2) What is the difference between these terms in the two languages? The results reveal that Persian and Gilaki speakers are similar in applying the address terms of "nick names" and "kinship phrases", however, after these two, the Persian ones use more "respectful titles" while the Gilaki ones apply more "titles" to call each other. Besides, address terms of "clipping", "religious names" and "other names" are among the least frequently used phrases in Gilaki. Although there is no significant difference between applying the terms in the two languages, the existence of the above-mentioned differences indicate the cultural distinctions of the two sample societies.

Key Words: Sociolinguistics, Address Terms, Persian, Gilaki, Politeness.

چکیده

کاربرد عبارات خطاب نوعی رعایت ادب اجتماعی در جامعه محسوب می‌گردد و گویشوران هر زبان به روش خاص خود این عبارات را به کار می‌برند. مقاله حاضر مطالعه‌ای تحلیلی - توصیفی است که به روش میدانی به بررسی و مقایسه عبارات خطاب در زبان فارسی و گیلکی پرداخته است. در این تحقیق ۵۰ گویشور گیلکی‌زبان و ۵۰ گویشور فارسی‌زبان در رده سنی ۲۵-۴۰ سال به عنوان نمونه‌های تحقیق انتخاب شده‌اند. محققان در این پژوهش در پی پاسخ‌گویی به این پرسش‌ها هستند: ۱) پربسامدترین عبارات خطاب در زبان فارسی و گیلکی کدامند؟ و ۲) چه تفاوتی میان عبارات خطاب در این دو زبان وجود دارد؟ نتایج تحقیق بیانگر آن است که گویشوران زبان فارسی و گیلکی در کاربرد عبارات خطاب «نام کوچک» و «عبارات خویشاوندی» مشابه هستند، اما پس از این دو دسته، گویشوران فارسی‌زبان بیشتر از «عناوین احترام‌آمیز» و گویشوران گیلکی بیشتر از عبارات «عناوین» برای خطاب قرار دادن یکدیگر استفاده می‌کنند. علاوه بر این، عبارات خطاب «کوتاه‌شدگی»، «اسامی مذهبی» و «سایر نام‌ها» نیز دارای کمترین میزان کاربرد در زبان فارسی و گیلکی هستند. اگرچه تفاوت معناداری میان شیوه کاربرد عبارات خطاب در این دو زبان دیده نمی‌شود اما وجود افتراقات مذکور نشان‌دهنده اختلاف‌های فرهنگی دو جامعه نمونه است.

کلیدواژه‌ها: جامعه‌شناسی زبان، عبارات خطاب، زبان فارسی، زبان گیلکی، ادب.

*Corresponding Author: Shahin Sheikh Sang Tajan

Email: Shsheikh226@yahoo.com

* نویسنده مسئول: شهین شیخ سنگ‌تاجن

مقدمه

زبان‌شناسی اجتماعی گونه‌ای خاص از مطالعات زبانی است که از بررسی انتزاعی زبان فاصله می‌گیرد و زبان را به عنوان پدیده‌ای فرهنگی و اجتماعی مورد مطالعه قرار می‌دهد (مدرسی، ۱۳۶۸: ۳۴). از مهم‌ترین مسائلی که مورد توجه زبان‌شناسان اجتماعی قرار گرفته اصطلاحات خطاب است. اصطلاحات خطاب عبارت یا عباراتی در رویداد کلامی هستند که برای ارجاع به مخاطب در آن رویداد کلامی به کار می‌روند و می‌توان آنها را حاصل اطلاعات اجتماعی - علمی دانست (پارکینسون^۱، ۱۹۸۵: ۱). به اعتقاد شرفی (۱۳۸۰: ۲۴) مفهوم خطاب یعنی ارجاع زبانی گویندگان و شنوندگان معین که در موقعیت و منزلت اجتماعی خاص شکل می‌گیرد، و صورت‌های خطاب کلمات و عباراتی هستند که از آنها برای خطاب قرار دادن افراد استفاده می‌شود. کاربرد عبارات خطاب نوعی رعایت ادب اجتماعی در جامعه محسوب می‌گردد. ادب به معنی حفظ حد و اندازه هر چیزی و تجاوز نمودن از آن است. گویشوران هر زبان با انتخاب عبارات خطاب نگرش خود را بر اساس رابطه خود با مخاطب مورد نظر نشان می‌دهند، به طوری که انتخاب نامناسب عبارات خطاب ممکن است ارتباط دوستانه بین گوینده و شنونده را تهدید نماید. بر این اساس کاربرد این گونه از عبارات به فاصله موقعیتی و اجتماعی بین افراد وابسته است. به عقیده براون^۲ و لوینسون^۳ (۱۹۸۷) این عبارات نوعی سرمایه عاطفی محسوب می‌شوند که می‌توانند دیگران را در حوزه ارتباط در جایگاهی مطمئن قرار داده و وسیله حفظ وجهه شوند.

از سوی دیگر، ایران سرزمینی است با تنوع فرهنگی فراوان و زبان‌هایی متفاوت که منشأ مشترکی داشته‌اند. در ادوار مختلف و طبق شرایط خاص تاریخی زندگی اقوام ایرانی متحول شده است. مهاجرت‌ها، موقعیت جغرافیایی و شرایط اقلیمی، داد و ستدهای اجتماعی و فرهنگی با اقوام دیگر، شیوه زیست و تولید، موقعیت اقتصادی و غیره، از جمله عواملی هستند که باعث تفاوت زبانی اقوام ایرانی شده‌اند، و از این رو، هر یک از این زبان‌ها جنبه‌های اجتماعی خاصی پیدا کرده است. از آنجا که در دهه‌های اخیر گویش‌های ایرانی در جهت همگرایی با زبان فارسی به سرعت دست‌خوش تحول بوده‌اند، مطالعه و ثبت ویژگی‌ها و تفاوت‌های آنها اهمیت بسیار دارد.

در این رابطه، یکی از موضوعات درخور بررسی مقایسه عبارات خطاب در زبان فارسی و گیلکی است. گویش گیلکی از گویش‌های ایرانی نو است که در ناحیه وسیعی از استان گیلان در حاشیه دریای خزر و نیز بخش‌هایی از استان مازندران رواج دارد. شواهد زبان‌شناختی از تعلق این گویش به زبان‌ها و گویش‌های شمال غربی ایران حکایت دارد. هدف این

پژوهش شناسایی تفاوت میان اصطلاحات خطاب در زبان فارسی و زبان گیلکی است. در ضمن، این پژوهش در پی آن است که به شناسایی تفاوت میان گویش فارسی و گیلکی از نظر بسامد آماری کاربرد اصطلاحات خطاب نیز بپردازد. با توجه به این موضوع که تاکنون در ارتباط با مقایسه عبارات خطاب در زبان گیلکی و فارسی هیچ‌گونه پژوهشی انجام نشده است، بنابراین، این پژوهش در نوع خود موضوع جدیدی بوده و انجام آن امری ضروری می‌نماید. در این مقاله سعی بر آن است تا کاربرد عبارات خطایدر دو جامعه زبانی متفاوت (تهران و رشت) بررسی شود تا مشخص گردد چه عواملی در تعیین عبارات خطاب گویشوران این دو زبان مؤثر است. محقق در این پژوهش به دنبال یافتن پاسخ این پرسش‌ها است: کدامیک از عبارات خطاب در زبان فارسی از بسامد آماری بیشتری برخوردار است؟ کدامیک از عبارات خطاب در زبان گیلکی از بسامد آماری بیشتری برخوردار است؟ چه تفاوتی میان عبارات خطاب در زبان فارسی و گیلکی وجود دارد؟

زبان گیلکی

گیلکی از دیدگاه علم زبان‌شناسی، زبانی مستقل است و گویشی از زبانی دیگر محسوب نمی‌شود. زبان گیلکی به لحاظ علمی ساختار منحصر به فردی دارد که مستقل از زبان فارسی تکوین و توسعه یافته است. زبان گیلکی، زبان مردم گیلان آمیخته‌ای از ادامه زبان‌های باستان ایرانی شاخه غربی و زبان مردم بومی منطقه، پیش از آخرین مهاجرت آریاییان به فلات ایران است. در این زبان بسیاری از ویژگی‌های زبان‌های باستانی ایران دیده می‌شود، برای نمونه صرف فعل در زبان گیلکی با صرف فعل در زبان‌های پهلوی و پارتی شباهت دارد و نیز همگونی‌های وجه‌آخاری و ماضی نقلی در گیلکی و پهلوی کاملاً قابل بررسی است. زبان گیلکی، مشتمل بر چهار لهجه بیه‌پسی (گیلان غربی)، بیه‌پیشی (گیلان شرقی)، تبری (غرب مازندران) و دیلمی (مناطق کوهستانی جنوب گیلان) است. البته مردم شمال غربی گیلان، به زبانی دیگر از خانواده زبان‌های حاشیه دریای خزر که زبان تالشی است، تکلم می‌کنند (پاینده لنگرودی، ۱۳۶۸).

روش تحقیق

طرح این تحقیق به روش تحلیلی - توصیفی است و کل جامعه آماری تحقیق را ساکنین دو شهر تهران و رشت تشکیل داده‌اند که از این میان، مشارکت کنندگان تحقیق ۵۰ گویشور گیلکی‌زبان و ۵۰ گویشور فارسی‌زبان (زن و مرد) هستند که در رده سنی ۲۵-۴۰ سال قرار دارند و به صورت تصادفی از میان گویشورانی انتخاب شده‌اند که صرف‌نظر از شغل، جنس و سطح تحصیلات، زبان اول آنها فارسی تهرانی یا گیلکی رشتی بوده است. در این تحقیق برای دستیابی به نتایج و در راستای پاسخ به سؤالات مطرح شده، کار آماری نیز صورت گرفته است. بدین منظور

1. Parkinson
2. Brown
3. Levinson

استفاده کند در حالی که فردی با قدرت بیشتر به استفاده از استراتژی‌های ادب مثبت در خطاب به همکاران در محل کار تمایل دارد.

بیرون‌راه (۱۳۹۲: ۱۲۰) هدف اصلی پژوهش خود را روشن کردن تأثیر عامل اجتماعی جنسیت بر واژگان خطاب به کار رفته در گفتار زبان فارسی تهرانی است. در این پژوهش تأثیر جنسیت بر واژگان خطاب به کار رفته در گونه گفتاری زبان فارسی از لحاظ میزان ادب، رسمیت، قدرت و همبستگی را در تمامی موارد، غیر از ارتباط با زنان متعلق به طبقه بالای اجتماعی، افراد مؤنث خانواده در موقعیت خانوادگی غیر رسمی، همسر در موقعیت خانوادگی غیر رسمی، برادر کوچکتر در موقعیت خانوادگی رسمی، بچه‌های زیر ۱۲ سال و بالای ۱۲ سال در موقعیت خانوادگی غیررسمی، دوستان صمیمی در موقعیت‌های رسمی و غیر رسمی و افراد غریبه، نشان داده است. در نتیجه تأثیر جنسیت بیش از هر چیز در واژگان استفاده شده به منظور خطاب مردان و در موقعیت‌های رسمی مشهود است.

دادمهر (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان *تحلیل مقابله‌ای القاب خطاب در فارسی و انگلیسی* مدعی شده است که القاب خطاب از زمره عناصر با ارزش مورد استفاده جامعه‌شناسان زبان محسوب می‌شود، از آن جهت که عناصری هستند که برای شروع روابط اجتماعی مورد استفاده قرار گرفته‌اند. تحلیل مقابله‌ای القاب خطاب در دو زبان متفاوت از این نظر که در فرهنگ‌های متفاوت القاب خطاب متفاوتی به کار رفته‌اند، دارای اهمیت بسیاری است. نتایج نشان داده است که شباهت‌ها و تفاوت‌های بسیاری از لحاظ نقش القاب خطاب وجود دارد. از دیگر نتایج این پژوهش می‌توان دریافت که ادب مثبت در القاب خطاب انگلیسی بیشتر یافت شده و ادب منفی، برعکس، در زبان فارسی بیشتر مشاهده شده است. این امر نشان‌دهنده روابط صمیمانه بیشتر میان گویشوران فارسی و روابط دور و رسمی‌تر میان گویشوران انگلیسی است.

احمدخانی (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان *بررسی جامعه‌شناختی عبارات خطاب در فارسی گفتاری محاوره‌ای* مدعی شده شناخت این که افراد چگونه باب گفتگو را باز می‌کنند یا چگونه همدیگر را خطاب می‌کنند، موضوعی مهم در مطالعات جوامع به منظور ایجاد روابط اجتماعی بین افراد است. در این پژوهش رفتار خطاب در گونه گفتاری فارسی بررسی شده است. در این مطالعه، تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از ۴۳ گویشور فارسی نشان می‌دهد که چندین نوع اصطلاح خطاب در مکالمات روزمره استفاده شده، که عبارتند از: اسامی شخصی، عناوین (القاب)، اسامی مذهبی، اصطلاحات شغلی، اصطلاحات خویشاوندی، اصطلاحات احترام‌آمیز و رسمی، اصطلاحات صمیمانه و خودمانی، ضمائر شخصی، عبارات توصیفی، عبارات خطاب صفر (عباراتی که جلب توجه می‌کنند و احوال‌پرسی، مانند: ببخشید، سلام، صبح بخیر). علاوه بر این، استعاره‌ها و تابوها نیز در داده‌ها بررسی و تحلیل شده‌اند. تحلیل آماری اصطلاحات خطاب نشان می‌دهد که اصطلاحات صمیمانه و خودمانی را افراد مذکر

بسامد هر یک از مؤلفه‌های تحلیل شده در تحقیق با روش فراوانی‌گیری و در قالب نمودار و جدول ترسیم شده‌اند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق پرسش‌نامه محقق‌ساخته است که متشکل از ۲۳ سؤال بوده که روایی و پایایی آن توسط متخصصین خبره رشته زبان‌شناسی بررسی شده است. روش جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق به صورت میدانی است.

جمع‌آوری داده‌های تحقیق حاضر که متشکل از عبارات خطاب در زبان فارسی و گیلکی هستند، بر اساس پژوهش احمدخانی (۱۳۹۳) صورت گرفته است. عبارات خطاب به دو بخش رسمی مانند عبارات عناوین، عبارات خطاب مذهبی، عبارات شغل محور، عناوین احترام آمیز و عبارات خطاب صفر، و غیررسمی مانند اسامی اشخاص، عبارات خویشاوندی یا خانوادگی، عبارات خودمانی (صمیمانه)، ضمائر شخصی، عبارات توصیفی، عبارات خطاب استعاری، تابو و خطاب معکوس در بافت‌های اجتماعی متفاوت طبقه‌بندی شده‌اند. در پژوهش حاضر برای جمع‌آوری داده‌ها پس از طرح پرسش‌نامه (نک. پیوست شماره ۱) و اطمینان از روایی و پایایی آن، از گویشوران فارسی و گیلکی‌زبان خواسته شد به انتخاب گزینه مورد نظر در پرسش‌نامه بپردازند. همچنین از آنها خواسته شد، اگر عبارت خطابی در گزینه‌ها ذکر نشده اما از نظر آنها در زبان مربوطه استعمال می‌شود، به گزینه‌های پرسش‌نامه اضافه نمایند. در نهایت به جمع‌بندی داده‌ها و تجزیه و تحلیل آماری آنها پرداخته شد.

پیشینه تحقیق

در پژوهش صفیعی (۱۳۹۰) آنچه مورد بررسی قرار گرفته توصیف صورت‌های خطاب در زبان هورامی (از زبان‌های ایرانی شمال غربی که آن را یکی از گویش زبان کردی نیز به شمار آورده‌اند) و کاربرد متفاوت هر یک از آنان در موقعیت‌ها و شرایط مختلف است. اینکه افراد در موقعیت‌ها و بافت‌های مختلف چگونه همدیگر را مورد خطاب قرار داده‌اند، و همچنین تأثیر عوامل فرازبانی نیز، از جمله تأثیر عواملی چون سن، جنس، قدرت و طبقه اجتماعی افراد، در انتخاب صورت‌های خطاب مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که صورت‌های خطاب در زبان هورامی بیشتر واژه‌های خویشاوندی، ضمائر، عناوین، اسامی، عناوین شغلی، عناوین مذهبی و واژه‌های گرامی داشت هستند که هر یک از این صورت‌های خطاب در بافت‌های اجتماعی مختلف و تحت تأثیر عوامل اجتماعی مختلف کاربردهای متفاوت دارند.

شکاری (۱۳۹۰: ۴۵) در معرفی پژوهش خود گفته است که الفاظ خطاب بخش مهمی از «آبرو» برای همکاران در گفتار محل کار است. این مطالعه به بررسی راه‌هایی پرداخته که روابط قدرت بر استراتژی‌های ادب در انتخاب الفاظ خطاب تأثیر گذاشته‌اند. یافته‌های این مطالعه شواهدی را در رابطه میان جنسیت و نوع الفاظ خطاب، و انتخاب استراتژی‌های ادب در ارتباط با همکارانی با وضعیت‌های قدرت متفاوت است. فردی با قدرت کمتر ترجیح می‌دهد که از استراتژی‌های ادب منفی

جامعه‌شناسی زبان بررسی و مطالعه زبان در ارتباط با جامعه است که تا حدی تجربی و تا حدی نظری است (هادسون^۱، ۱۹۸۰). زبان و جامعه شناسی بصورت دو علم مجزا بر یکدیگر تأثیرات متقابل گذاشته‌اند. امروزه شاخه‌ای از علوم اجتماعی به نام جامعه‌شناسی زبان یا، از دیدگاه زبان‌شناسی، زبان‌شناسی اجتماعی به مطالعه رابطه متقابل این دو علم پرداخته است. جامعه‌شناسی، زبان را از دیدگاه جمع می‌نگرد. براساس این دیدگاه زبان در خدمت برقرار کردن ارتباط فرد با اجتماع خویش است. جامعه‌شناسی زبان به این موضوع که زبان در چه زمانی و در چه مکانی، برای چه مقصودی، در حضور چه کسی، با چه لحنی و... مورد استفاده قرار می‌گیرد، و نیز به جایگاه زبان در الگوی رفتاری جامعه در بین مردمی که آن را درک می‌کنند، توجه می‌کند (باقری، ۱۳۷۷: ۵۹).

زبان‌شناسی اجتماعی شناختی^۲ یک زمینه پژوهشی نو و در حال شکوفایی است که می‌کوشد به بررسی ابعاد اجتماعی - شناختی زبان در کاربرد روزمره آن بپردازد. زبان‌شناسی اجتماعی شناختی هم به مطالعه گوناگونی معنا می‌پردازد و هم به مطالعه معنای گوناگون و تلاشی است برای ایجاد پیوند و همگرایی میان زبان‌شناسی شناختی و زبان‌شناسی اجتماعی. اما پرسش اینجا است که چرا زبان‌شناسی شناختی باید به سوی بررسی گوناگونی‌های زبانی روی بیاورد و چرا زبان‌شناسی اجتماعی باید رویکرد شناختی را در پیش گیرد. دو ویژگی بنیادین در زبان‌شناسی شناختی هست که سبب گرایش آن به سوی گوناگونی‌های اجتماعی زبان می‌شود: دیدگاه معناشناختی نیرومندی که در زبان‌شناسی شناختی وجود دارد و ماهیت کاربردبنیاد بودن زبان‌شناسی شناختی. هر دوی این ویژگی‌ها در کانون تعریف زبان‌شناسی شناختی هستند و تا اندازه زیادی پیشرفت درونی این رویکرد را تعیین می‌کنند. در این راستا گیرارتز^۳، کریستینسن^۴ و پرزمن^۵ (۲۰۱۰) ویژگی‌های زیر را برمی‌شمارند:

۱- مطالعه معنای زبانی یک ویژگی بنیادین و جدایی‌ناپذیر از زبان‌شناسی شناختی است. اما معنا در خلأ یافت نمی‌شود بلکه باید آن را در کنش‌ها و ارتباطات اجتماعی روزمره مردم یافت و به همین دلیل است که زبان‌شناسان شناختی مطالعه شناخت آدمی را که دارای بنیاد اجتماعی و فرهنگی است، شالوده کار خود قرار داده‌اند. یک گرایش پژوهشی ویژه در زبان‌شناسی شناختی این است که پیدایش زبان و وجود ویژگی‌های خاص در یک زبان را تنها هنگامی می‌توان به درستی تبیین کرد که سرشت اجتماعی ارتباطات زبانی را در کانون توجه خود قرار دهیم.

بیشتر به کار برده‌اند و اصطلاحات خویشاوندی با افزایش سن گویشوران کمتر مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

عشقی نژاد (۱۳۹۳: ۲) هدف تحقیق خود را بررسی استفاده از راه‌کارهای ادب مثبت و منفی و فرم‌های خطاب در پیام‌های کوتاه فارسی و انگلیسی دانشجویان مرد و زن ایرانی (فارسی‌زبان) رشته زبان انگلیسی به اساتید خود قرار داده است. وی به منظور بررسی راه‌کارهای ادب مثبت و منفی و فرم‌های خطاب، پیام‌های کوتاه فارسی و انگلیسی به صورت کیفی و کمی تجزیه و تحلیل کرده است. به این معنا که ابتدا پیام‌های کوتاه از لحاظ استفاده انواع راه‌کارهای ادب مثبت و منفی و فرم‌های خطاب بررسی و دفعات تکرار آنها محاسبه شده است. سپس، به منظور بررسی تفاوت‌های عمده در استفاده از راه‌کارهای ادب مثبت و منفی و فرم‌های خطاب در پیام‌های کوتاه فارسی و انگلیسی دانشجویان مرد و زن ایرانی زبان انگلیسی محاسبات آماری Chi-square Test انجام شده است.

رضانی (۱۳۹۴) به بررسی سبک‌شناختی خطاب در سوره‌های مدنی قرآن پرداخته است. وی معتقد است کاربرد گفتمان و خطاب، از منظر ادبی، فردیت، برندگی و نفوذ کلام را مضاعف کرده است، لذا از قرائن خطابات سوره‌های مدنی چنین بر می‌آید که این سیاق بهتر می‌تواند هدف نهائی نزول وحیانی را محقق سازد. وجود اقسام گفتمان اعم از امر، نهی، استفهام، ندا و خطاب خبری و شرطی تحت عناوین عام، خاص و نبوی تشریف، فراگیر و اختصاصی، قابل بررسی است و کاربرد فراوان گفتمان قرآنی، تجلی تعامل گسترده‌اش با مخاطبان و جامعیت آن در برقراری ارتباط است، لذا وقتی از مخاطب صحبت می‌شود تشخیص او درخور توجه است و این اوج تجلی و نمود نگاه قادر متعال، به‌اشرف مخلوقات است.

مبانی نظری

جامعه‌شناسی زبان اصطلاحی است که ارتباط بین زبان و جامعه و شیوه‌ای را که در موقعیت‌های اجتماعی مختلف به‌کار می‌بریم، در بر می‌گیرد و شامل مطالعه طیف گسترده‌ای از گویش‌ها در یک منطقه خاص تا بررسی شیوه‌ای که زنان و مردان با هم تکلم می‌کنند، می‌شود. جامعه‌شناسی زبان اغلب واقعیت‌های جالبی در مورد گفتار بشر و چگونگی کاربرد یک گویش در یک زبان خاص را به ما نشان می‌دهد و می‌تواند سن، جنس و طبقه اجتماعی فرد را توصیف کند، و در واقع نقش اجتماعی زبان را ارائه می‌دهد. جامعه‌شناسی زبان مطالعه و بررسی تأثیر همه ابعاد جامعه شامل هنجارهای فرهنگی، انتظارات و بافت زبانی است و به میزان درخور توجهی با کاربردشناسی همپوشی دارد. جامعه‌شناسی رابطه بینایی جامعه‌شناسی و زبان‌شناسی است.

1. Hudson
2. Cognitive Sociolinguistics
3. Geeraerts
4. Kristiansen
5. Peirsman

۲- زبان‌شناسی شناختی در تلاش است که خود را به عنوان یک رویکرد کاربردبنیاد به مطالعهٔ زبان معرفی کند. اندیشهٔ اصلی این دیدگاه کاربردبنیاد آن است که میان کاربرد زبان و نظام زبان رابطهٔ دیالکتیکی وجود دارد. دستور نه تنها اندوختهٔ دانشی است که باید از آن در به‌کارگیری زبان سود جست بلکه خود فرآوردهٔ به‌کارگیری زبان است. از این رو، کاربرد زبان پیوسته نظام زبان را به شکل پویایی تعریف می‌کند. در نتیجه، هر رخداد به‌کارگیری زبان می‌تواند دستور ذهنی فرد به‌کاربرندهٔ زبان را اندکی دست‌خوش دگرگونی نماید (مدرسی، ۱۳۶۸: ۲۳).

باتوجه به آنچه گفتیم، یک رویکرد کاربردبنیاد به زبان ناگزیر است که پژوهش دربارهٔ گوناگونی‌های زبان را در دستور کار خود قرار دهد. زیرا اولاً ساختار زبان یک واقعیت اجتماعی است، یعنی قواعد به‌کارگیری زبان توسط جامعه تعریف می‌شود. دوماً، زبان در عین اینکه یک واقعیت اجتماعی است، یک واقعیت شناختی هم هست، زیرا اعضای جامعه دارای بازنمایی‌های ذهنی از قواعد زبانی موجود (نظام زبان) هستند که توانایی به‌کارگیری این نظام را در ارتباط با دیگر افراد به آنها می‌دهد. سوماً، همان سازوکاری که اجازه داده این چنین قواعد مشترک جمعی در ذهن یکایک افراد جای گیرد، اجازه می‌دهد که این قواعد در پی اثر متقابل کنش‌های اجتماعی دست‌خوش دگرگونی شوند. و سرانجام، همان گونه که قواعد زبانی می‌توانند از کنش‌های واقعی میان افراد پدید آیند، می‌توانند در معرض دگرگونی نیز قرار گیرند. از این رو، گوناگونی یکی از سویه‌های اجتناب‌ناپذیر زبان در هر زمان است. کنش‌های ارتباطی نه تنها رخداد‌های اجتماعی هستند بلکه بازتابانندهٔ ساختار اجتماعی نیز به شمار می‌روند؛ ساختاری که متشکل از گروه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی است که افراد به آنها تعلق دارند و با اعضای آن شبکه‌ها دارای ارتباط هستند. از این رو نمی‌توانیم ساده‌انگارانه بگوییم که نظام زبان یک‌پارچه و یکسان است، بلکه نظریهٔ زبانی کاربرد بنیاد به این نتیجه‌گیری می‌انجامد که زبان‌ها دارای گوناگونی درونی هستند. همان گوناگونی‌هایی که زبان‌شناسان اجتماعی دهه‌ها است سرگرم پژوهش بر روی آنها هستند (مدرسی، ۱۳۶۸: ۲۳).

عبارات خطاب

زبان پدیدهٔ پیچیده‌ای است که طی قرون گذشته به مطالعات و مباحث گسترده‌ای دامن زده است. از همان ابتدا که انسان زندگی را آغاز کرد و جوامع ابتدایی را تشکیل داد به زبان به عنوان امر اجتماعی و ابزاری برای برآوردن نیازهای خویش برای ارتباط با سایر افراد جامعه و نیز به عنوان وسیله‌ای برای بیان ادراک و

احساس خویش نیازمند بود. انسان‌ها ناآگاهانه گرایش به تأکید و واکنش به محرک‌هایی دارند که آنها را برای خود مهم می‌انگارند و در نتیجه محرک‌های دیگر را ندیده می‌گیرند (بیتس^۱ و پلاگ^۲، ۱۳۸۲). تمامی این‌ها بیانگر تأثیری است که یک بافت فرهنگی با تمامی ویژگی‌های خویش می‌تواند بر زبان و به ویژه بر صورت‌های خطابی^۳ که انسان‌ها در تقابل با یکدیگر از آن بهره می‌گیرند، بگذارد. صورت‌های خطابی که توسط افراد به کار می‌روند می‌توانند به عنوان کنشی فرهنگی و رفتاری محسوب شوند. «کنش‌های رفتاری منفرد که از طریق آنها یک فرهنگ خود را متجلی می‌سازد هرگز دقیقاً شبیه به یکدیگر نیستند. هر کنشی منحصر به فرد است و یک کنش واحد هرگز دو بار رخ نمی‌دهد» (لادو^۴، ۱۳۶۷: ۱۴۳). رفتار و کنش نه تنها متناسب با فرد، بلکه متناسب با موقعیت‌ها و مناسبت‌ها نیز هست. به عبارتی زبان نه تنها بر حسب خصوصیات اجتماعی متکلم (مانند طبقهٔ اجتماعی، قومیت، سن، جنس و غیره)، بلکه بر حسب بافت اجتماعی که خود در آن حضور دارد، تغییر می‌کند. از مشخص‌ترین جلوه‌های زبان که می‌توان در آن رابطهٔ زبان و بافت اجتماعی را مشاهده کرد، همان گونه که ذکر شد، مباحث مربوط به صورت‌های خطاب است؛ صورت‌های خطابی نظیر تو و شما، جناب‌عالی و غیره که طیف گسترده‌ای را در برمی‌گیرند.

منظور از صورت‌های خطاب، اصطلاحات خاصی است که توسط آنها فرد معینی مورد خطاب قرار می‌گیرد. خطاب یعنی ارجاع زبانی گوینده به شنونده یا شنوندگان معین و صورت‌های خطابی کلمات یا عباراتی هستند که برای خطاب کردن افراد مورد استفاده قرار می‌گیرند (براون^۵، ۱۹۸۸: ۷). رفتار خطابی روش‌هایی هستند که افراد برای خطاب یکدیگر و بهره‌گیری از صورت‌های خطابی به کار می‌گیرند. ضمایر خطاب^۶ نیز ضمایی هستند که به مخاطب اشاره دارند؛ عمده‌ترین این ضمایر، ضمیر دوم شخص است، نظیر you در انگلیسی، vous و tu در فرانسه، du (تو)، Sie (شما) در آلمانی و «تو» و «شما» در فارسی (اجاللی، ۱۳۶۶: ۱۱).

صورت‌های خطاب شاخص رابطهٔ اجتماعی بین گوینده و شنونده، با توجه به فاصلهٔ موقعیتی و اجتماعی هستند. این عبارات به نوعی سرمایهٔ عاطفی به شمار می‌روند که می‌تواند دیگران را در ارتباط در جایگاهی مطمئن قرار دهند و وسیلهٔ حفظ وجهه شوند

1. Bates
2. Plog
3. forms of address
4. Lado
5. Braun
6. pronouns of address

را نشان می‌دهند، مثلاً پدر را با این عبارات می‌توان مورد خطاب قرار داد: بابا، پدر، آقاجون، بابایی، باباجان و وام‌واژه‌هایی همچون ددی و پایی.

ج- عناوین احترام آمیز و عبارات رسمی

استفاده از عناوین احترام آمیز در زبان‌های شرقی گرایشی رایج است. به اعتقاد مهروترا^۳ (۱۹۸۱) از این واژگان زمانی استفاده می‌شود که برای فرد مورد خطاب، احترام خاصی قائل می‌شوند. گویشوران زبان فارسی به منظور هر چه رسمی‌تر کردن کلام از واژه‌های متعددی استفاده می‌کنند، از جمله قربان، جناب و سرکار (عقیلی، ۱۳۹۲: ۶۷).

چ- عبارات خودمانی (صمیمانه)

به رغم توجه خاص فارسی‌زبانان به رسمی بودن کلام، موقعیت‌هایی وجود دارد که در آن همکاران صمیمی همدیگر را با لحن دوستانه و خودمانی خطاب می‌کنند. منظور از صمیمیت وضعیتی است که در آن گوینده، شنونده را به عنوان عضوی درون گروهی، دوست یا شخصیتی که خواسته‌ها و شخصیت وی شناخته شده و دوست‌داشتنی است در نظر می‌گیرد. اسم مستعار از این زمره است، مانند حسنی به جای حسن.

ح- ضمائر شخصی

فارسی‌زبانان می‌توانند با استفاده از ضمائر مفهوم اقتدار و قدرت را در خطاب لحاظ نمایند. برای مخاطب جمع ضمیر خطاب «شما» و برای مخاطب مفرد ضمیر خطاب «تو» به کار می‌رود. اغلب در خطاب به مفرد برای نشان دادن احترام از ضمیر دوم شخص جمع استفاده می‌شود (احمدخانی، ۱۳۹۳: ۱۱).

خ- عبارات توصیفی

علاوه بر مقولاتی که تاکنون گفته شد، فارسی‌زبانان در خطاب از عبارات توصیفی نیز برای نشان دادن ادب و احترام استفاده می‌کنند. اصطلاحاتی چون آقای عزیز، خانم محترم، عزیز دلم، دختر نازم، خوش تیپ و گل‌پسر نمونه‌هایی از این موارد هستند (عقیلی، ۱۳۹۲: ۶۹).

د- خطاب معکوس

برجسته‌ترین نمونه شیوه همگونی پدیده خطاب معکوس است. خطاب معکوس در برخی از زبان‌ها یافت می‌شود. در این پدیده، عبارتی که یکی از طرفین می‌تواند به کار ببرد به صورت دوسویه است که نشان‌دهنده برتری و ارشد بودن سنی یا اجتماعی است. مثلاً، در عربی واژه معادل «دایی» هم برای خود و هم برای فرزند خواهر (مذکر و مؤنث) به کار می‌رود (ریچلند^۴، ۱۹۹۸: ۳۳).

(بروان و لوینسون، ۱۹۸۷: ۱۲۶). به اعتقاد افول^۱ (۲۰۰۶) اصطلاحات خطاب بخش مهم رفتار کلامی را تشکیل می‌دهند که می‌تواند رفتار، هنجارها و عملکرد جامعه را مشخص نماید. مثلاً، نگاهی به ریشه و بافت کاربردی آنها، نگرش، اسامی و صورت‌های خطاب در زبان شونا^۲، هویت و تاریخ جامعه‌شناختی جامعه گویشوران این زبان را آشکار می‌سازد.

انواع عبارات خطاب در این پژوهش شامل موارد زیر است:

الف- اسامی اشخاص

اسامی اشخاص، در تمامی زبان‌ها، در مقوله اسامی خطاب قرار دارند. اسامی، بر اساس نظام نامیدن، می‌توانند نقش‌های مختلفی در خطاب ایفا کنند. در زبان فارسی مورد خطاب قرار دادن فرد با استفاده از اسامی اشخاص به صورت‌های زیر است: اسم کوچک: مانند حسن؛ نام خانوادگی: مانند احمدی.

ب- عبارات عناوین

منظور از عنوان در اینجا واژگانی هستند که برای نشان دادن طبقه اجتماعی یا جنسیت در شرایط متفاوت به ابتدای نام افراد اضافه می‌شود. مانند: آقا و آقاپسر.

پ- عبارات خطاب مذهبی

باورهای مذهبی موجب به وجود آمدن عبارات خطاب خاصی شده‌اند. یکی از این گونه شیوه‌های خطاب مربوط به زائران سه زیارت‌گاه مقدس است: مکه، کربلا و مشهد. در چنین مواردی، زمانی که فردی به مکه مشرف شده و آیین مذهبی خاص حج را انجام داده است، واژه حاجی یا حاج آقا برای مرد و حاجیه خانم برای زن به کار می‌رود (عقیلی، ۱۳۹۲: ۶۵). موارد دیگری مانند، کربلایی، سید و مشتی را نیز می‌توان به عنوان عبارات خطاب مذهبی نام برد.

ت- عبارات شغل محور

منظور از عبارات شغل محور یا اصطلاحات شغلی، نام حرفه یا وظیفه‌ای است که برای مورد خطاب قرار دادن افراد به کار می‌رود، همچون خدمت‌کار. اسامی شغل محور در خطاب‌های زبان فارسی بسیار رایجند. تعداد عبارات خطابی که از نام مشاغل یا حرفه‌های خاص ریشه گرفته‌اند، شاید برابر با خود مشاغل و حرفه‌ها باشند. در زبان فارسی، به شیوه‌های زیر می‌توان طرف مقابل را با عناوین شغلی به تنهایی مورد خطاب قرار داد، مانند دکتر، مهندس، سردار، سرهنگ، استاد، پروفیسور، رئیس، سرباز.

ث- عبارات خویشاوندی یا خانوادگی

عبارات خویشاوندی عباراتی برای خویشاوندان و وابستگان هستند. بسیاری از واژه‌های خطاب در زبان فارسی روابط خانوادگی میان افراد

3. Mehrotra
4. Richland

1. Afful
2. Shona

یافته‌های تحقیق

باتوجه به اطلاعات به دست آمده از پرسش‌نامه پژوهش به بررسی سؤالات و فرضیه‌های پژوهش می‌پردازیم. با توجه به اینکه اطلاعات به دست آمده از پژوهش، همگی داده‌های اسمی هستند، باید از آمار ناپارامتریک یومان ویتنی برای بررسی تفاوت دو گروه شرکت کننده در پژوهش استفاده کرد. ابتدا با توجه به هر سؤال نموداری رسم شده و در آخر نیز از روش یومان ویتنی استفاده شده است. در بررسی داده‌های تحقیق عبارات خطاب مختلفی شامل ۱۲ مورد «نام کوچک»، «عبارات خویشاوندی»، «کوتاه‌شدگی»، «اسم تحبیب»، «عناوین»، «نام خانوادگی»، «اسم حرفه‌ای»، «عناوین احترام‌آمیز»، «ببخشید»، «اسامی مذهبی»، «سایر نام‌ها» و «کاربرد من» در پرسش‌های تحقیق مورد استفاده قرار گرفتند. در هر یک از پرسش‌ها با توجه به مسأله مورد بررسی در آن پرسش، برخی از این عبارات خطاب توسط شرکت کنندگان مورد استفاده قرار گرفته‌اند. میزان کاربرد این عبارات در نمودارهای فراوانی نشان داده شده‌اند، اما در هر یک از پرسش‌ها برخی از عبارات خطاب به هیچ وجه توسط شرکت کنندگان مورد استفاده قرار نگرفته‌اند، به عبارت دیگر میزان کاربرد آن عبارت خطاب در سؤال مورد نظر صفر بوده است.

جدول ۱. نتایج تجزیه و تحلیل برای سؤالات ۶-۱

	s1	s2	s3	s4	s5	s6s
Mann-Whitney U	36.500	30.000	25.500	40.500	28.000	36.000
Wilcoxon W	81.500	75.000	70.500	85.500	73.000	81.000
Z	-.544	-1.055	-1.679	.000	-1.699	-.615
Asymp. Sig. (2-tailed)	.586	.291	.093	1.000	.089	.539
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	.730 ^b	.387 ^b	.190 ^b	1.000 ^b	.297 ^b	.730 ^b

جدول ۲. نتایج تجزیه و تحلیل برای سؤالات ۱۲-۷

	s7	s8	s9	s10	s11	s12
Mann-Whitney U	25.500	40.500	35.500	25.500	32.500	24.500
Wilcoxon W	70.500	85.500	80.500	70.500	68.500	60.500
Z	-1.467	.000	-.464	-1.679	-.509	-1.252
Asymp. Sig. (2-tailed)	.142	1.000	.643	.093	.611	.210
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	.190 ^b	1.000 ^b	.666 ^b	.190 ^b	.743 ^b	.277 ^b

جدول ۳. نتایج تجزیه و تحلیل برای سؤالات ۱۳-۱۸

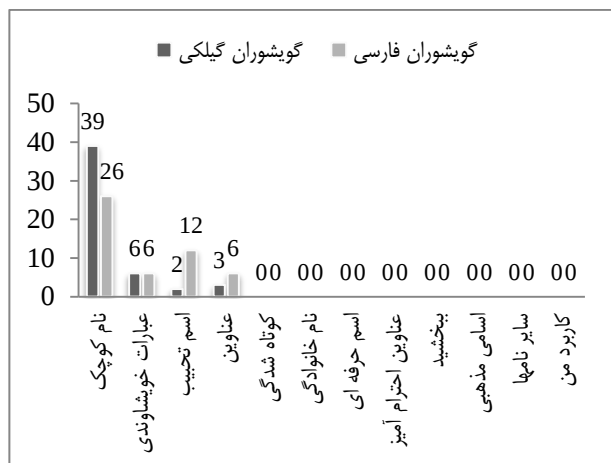
	s13	s14	s15	s16	s17	s18
Mann-Whitney U	28.500	37.500	24.500	40.000	36.500	40.500
Wilcoxon W	73.500	82.500	52.500	85.000	81.500	85.500
Z	-1.342	-.309	.000	-.061	-.449	.000
Asymp. Sig. (2-tailed)	.180	.758	1.000	.951	.654	1.000
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	.297 ^b	.796 ^b	1.000 ^b	1.000 ^b	.730 ^b	1.000 ^b

جدول ۴. نتایج تجزیه و تحلیل برای سؤالات ۱۹-۲۳

	s19	s20	s21	s22	s23
Mann-Whitney U	33.000	31.500	29.000	24.500	38.000
Wilcoxon W	69.000	76.500	74.000	69.500	83.000
Z	-.311	-.464	-1.076	-1.560	-.232
Asymp. Sig. (2-tailed)	.756	.643	.282	.119	.817
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	.815 ^b	.673 ^b	.340 ^b	.161 ^b	.863 ^b

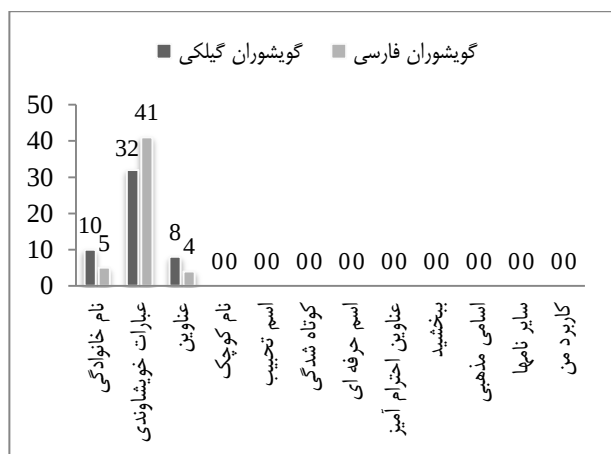
با توجه به سطح معنی داری Sig به دست آمده در جداول فوق می‌توان نتیجه گرفت که در دو گروه این پژوهش، از نظر بسامد آماری، در کاربرد عبارات خطاب فارسی و عبارات خطاب گیلکی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد، زیرا تمام Sig به دست آمده در جدول از سطح ۰/۰۵ بزرگتر است. در ادامه با نمودارهای رسم شده به بررسی هر سؤال می‌پردازیم.

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۱ پرسش‌نامه «در محیط منزل وقتی با خواهر خود کاری دارید، او را با چه کلماتی مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص گردید هنگامی که گویشوران هر دو گروه در محیط منزل می‌خواهند خواهر خود را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب نام کوچک در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۳۴ مورد و گیلکی‌زبان با ۳۸ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار (۱) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال اول برای هر دو گروه نشان داده شده است.



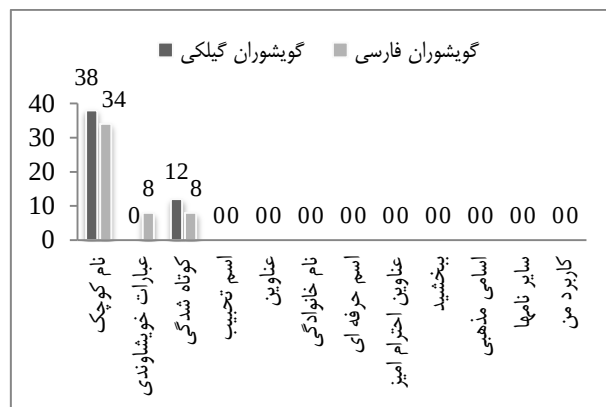
نمودار ۳. سؤال ۳

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۴ پرسش‌نامه «پدر خود را با چه کلمه‌ای مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه می‌خواهند پدر خود را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب نام خویشاوندی در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۴۱ مورد و گیلکی‌زبان با ۳۲ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۴) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۴ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



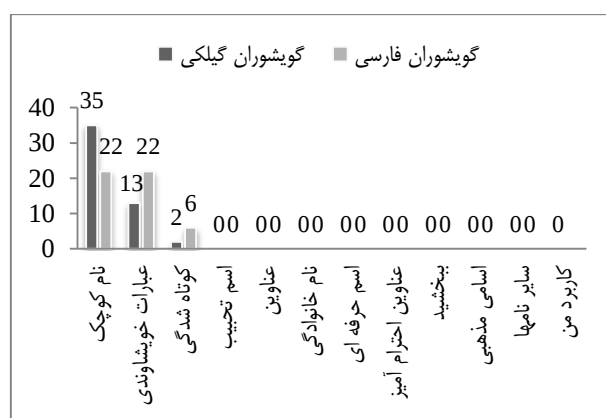
نمودار ۴. سؤال ۴

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۵ پرسش‌نامه «مادر خود را با چه کلمه‌ای مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه می‌خواهند مادر خود را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب عبارت خویشاوندی در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۴۰ مورد و گیلکی‌زبان با ۴۲ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۵) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۵ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



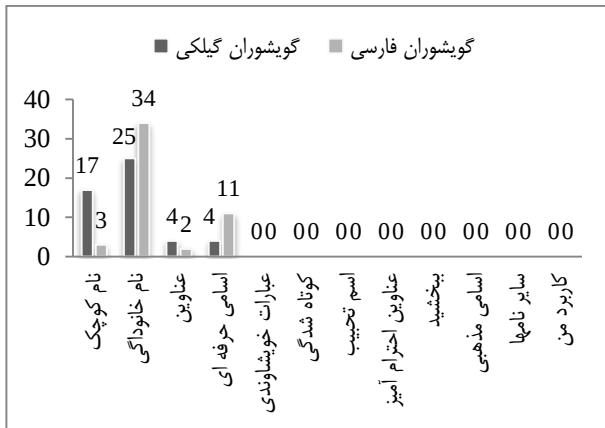
نمودار ۱. سؤال ۱

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۲ پرسش‌نامه «در محیط منزل وقتی با برادر خود کاری دارید، او را با چه کلماتی مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در محیط منزل می‌خواهند برادر خود را مورد خطاب قرار دهند، میزان کاربرد عبارت خطاب نام کوچک و عبارت خویشاوندی در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۲۲ مورد برای هر کدام و عبارت خطاب نام کوچک برای گویشوران گیلکی‌زبان با ۳۵ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۲) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۲ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



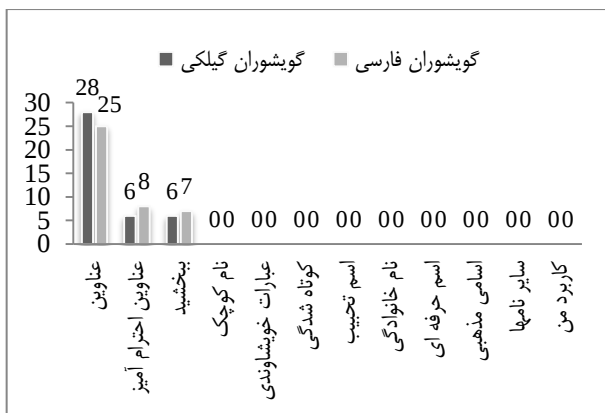
نمودار ۲. سؤال ۲

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۳ پرسش‌نامه «در یک مهمانی وقتی با خواهر و یا برادر خود کاری دارید، آنها را با چه کلماتی مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد گویشوران هر دو گروه هنگامی که در مهمانی می‌خواهند خواهر یا برادر خود را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب نام کوچک در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۲۶ مورد و گیلکی‌زبان با ۳۹ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۳) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۳ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



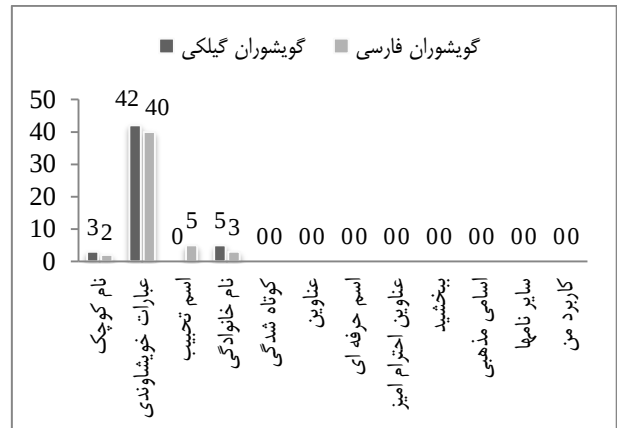
نمودار ۷. سؤال ۷

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۸ پرسش‌نامه «در حال عبور از خیابان هستید، کیف نفر جلویی شما روی زمین می‌افتد، برای متوجه کردن وی از چه کلماتی استفاده می‌کنید؟» مشخص شد گویشوران هر دو گروه هنگام خطاب قرار دادن فردی در خیابان وقتی می‌خواهند وی را متوجه خود کنند، عبارت خطاب عنوان در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۲۵ مورد و گیلکی‌زبان با ۲۸ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۸) فراوانی کاربرد همه عبارت خطاب در پاسخ به سؤال ۸ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



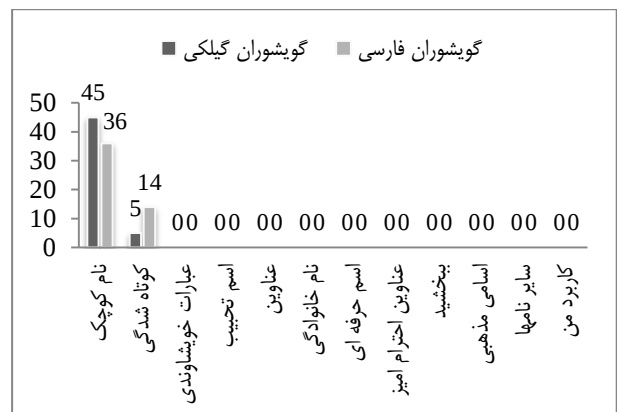
نمودار ۸. سؤال ۸

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۹ پرسش‌نامه «در یک مهمانی هستید و می‌خواهید به یک خانم/آقای میان سال مطلبی را اطلاع دهید، چگونه وی را مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در یک مهمانی می‌خواهند فرد میان‌سالی را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب اسامی مذهبی با ۱۸ مورد و بخشید با ۱۸ مورد در میان گویشوران فارسی‌زبان و عبارت خطاب عنوان با ۲۲ مورد در میان گیلکی‌زبانان دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۹) فراوانی کاربرد همه عبارت خطاب در پاسخ به سؤال ۹ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



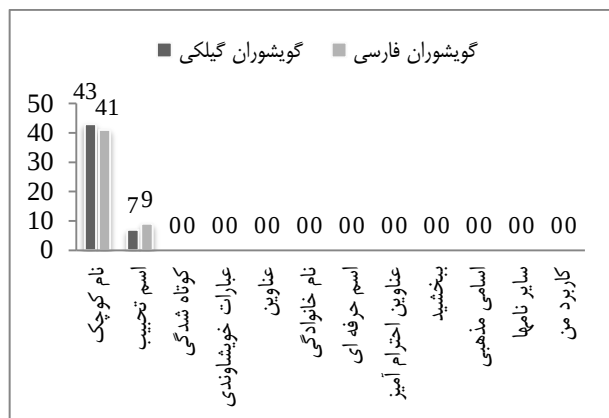
نمودار ۵. سؤال ۵

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۶ پرسش‌نامه «فرض کنید صمیمی‌ترین دوست شما به منزل شما آمده، وی را باچه کلمه‌ای مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد گویشوران هر دو گروه هنگامی که در محیط منزل می‌خواهند صمیمی‌ترین دوست خود را مورد خطاب قرار دهند، میزان کاربرد عبارت خطاب نام کوچک در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۳۶ مورد و گیلکی‌زبان با ۴۵ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۶) فراوانی کاربرد همه عبارت خطاب در پاسخ به سؤال ۶ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



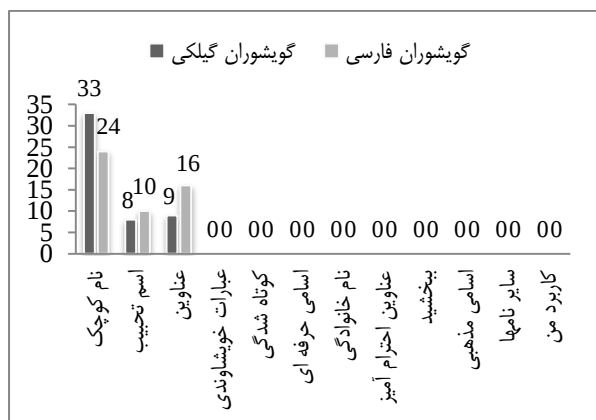
نمودار ۶. سؤال ۶

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۷ پرسش‌نامه «فرض کنید در محیط کار می‌خواهید همکار خود را مورد خطاب قرار دهید، از چه کلماتی استفاده می‌کنید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در محیط کار می‌خواهند همکار خود را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب نام خانوادگی در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۳۴ مورد و گیلکی‌زبان با ۲۵ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۷) فراوانی کاربرد همه عبارت خطاب در پاسخ به سؤال ۷ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



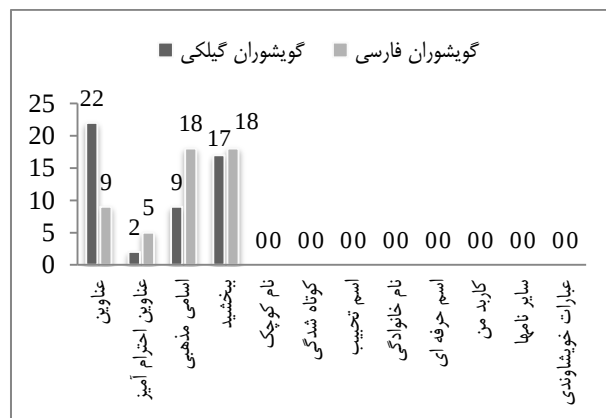
نمودار ۱۱. سؤال ۱۱

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۱۲ پرسش‌نامه «در محیط بیرون چگونه همسر خود را مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در محیط بیرون می‌خواهند همسر خود را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب نام کوچک در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۲۴ مورد و گیلکی‌زبان با ۳۳ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۱۲) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۱۲ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



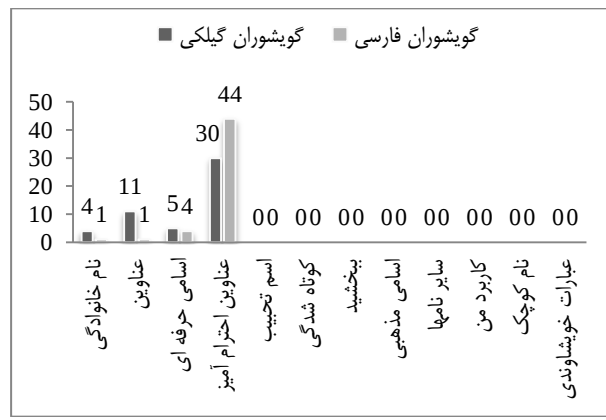
نمودار ۱۲. سؤال ۱۲

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۱۳ پرسش‌نامه «مهندس یک اداره را با چه عنوانی مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه می‌خواهند مهندس اداره خود را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب اسامی حرفه‌ای در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۴۱ مورد و گیلکی‌زبان با ۳۸ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۱۳) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۱۳ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



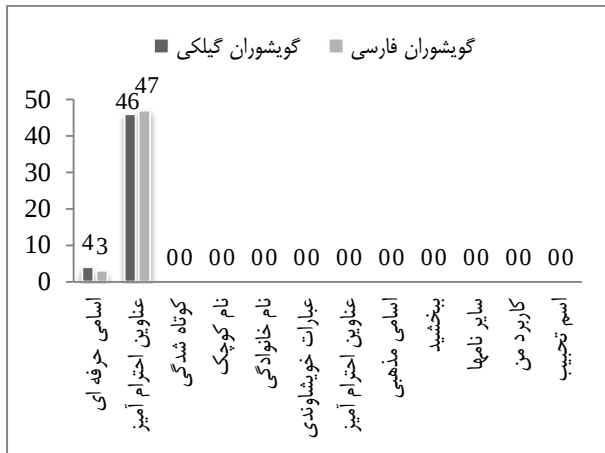
نمودار ۹. سؤال ۹

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۱۰ پرسش‌نامه «در محیط یک کارخانه هستید و می‌خواهید رئیس کارخانه را مورد خطاب قرار دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در محیط کارخانه می‌خواهند رئیس کارخانه را مورد خطاب قرار دهند، عبارات خطاب عنوان احترام‌آمیز در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۴۴ مورد و گیلکی‌زبان با ۳۰ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۱۰) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۱۰ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



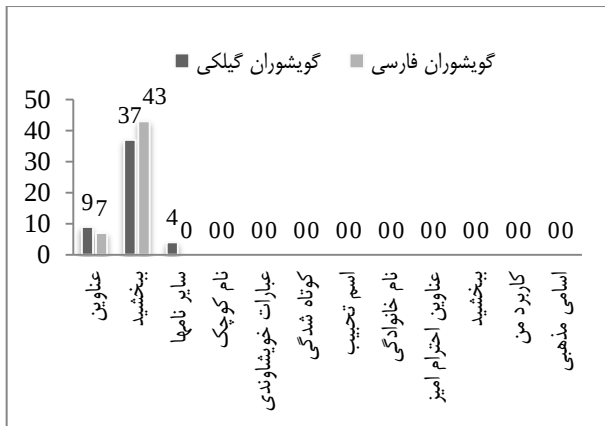
نمودار ۱۰. سؤال ۱۰

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۱۱ پرسش‌نامه «در محیط منزل چگونه همسر خود را مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در محیط منزل می‌خواهند همسر خود را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب نام کوچک در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۴۱ مورد و گیلکی‌زبان با ۴۳ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار (۱۱) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۱۱ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



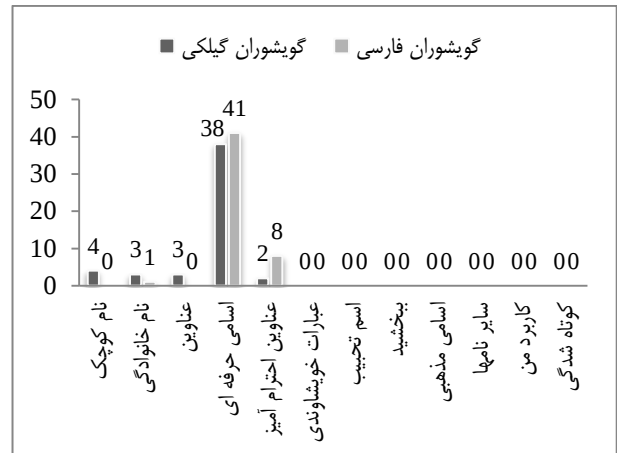
نمودار ۱۵. سؤال ۱۵

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۱۶ پرسش‌نامه «به مهمانی رفته‌اید که هیچ یک از افراد برای شما آشنا نیستند، با چه کلماتی سر صحبت را با فرد کنار دستی خود آغاز می‌کنید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در یک مهمانی می‌خواهند فرد ناشناسی را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب بخشید در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۴۳ مورد و گیلکی‌زبان با ۳۷ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۱۶) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۱۶ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



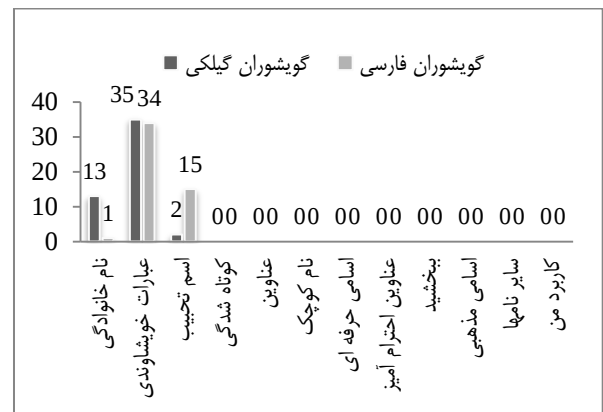
نمودار ۱۶. سؤال ۱۶

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۱۷ پرسش‌نامه «وقتی می‌خواهید در یک محیط رسمی، مطلبی را درباره خود برای دیگران توضیح دهید با چه ضمیری خود را مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در محیط رسمی می‌خواهند مطلبی را درباره خود توضیح دهند، عبارت خطاب من در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۳۹ مورد و گیلکی‌زبان با ۴۲ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۱۷) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۱۷ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



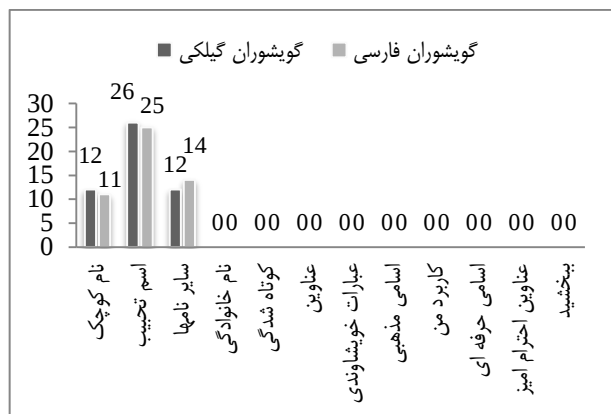
نمودار ۱۳. سؤال ۱۳

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۱۴ پرسش‌نامه «عمه/ خاله و یا دایی/ عموی خود را با چه عنوانی مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه می‌خواهند عمه/ خاله، عمو/ دایی را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب خویشاوندی با ۳۴ مورد در میان گویشوران فارسی‌زبان و ۳۵ مورد در میان گویشوران گیلکی‌زبان، دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۱۴) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۱۴ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



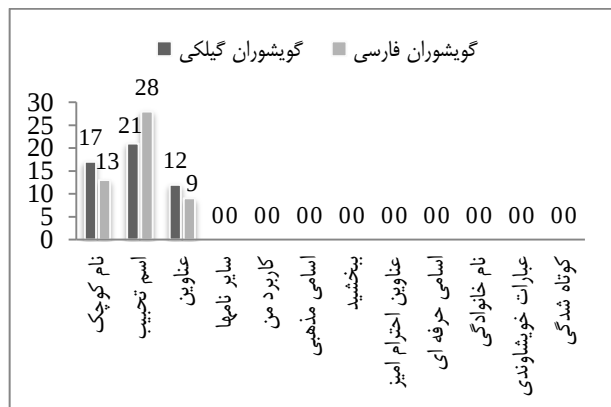
نمودار ۱۴. سؤال ۱۴

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۱۵ پرسش‌نامه «در خیابان می‌خواهید از پلیس آدرسی را سؤال کنید چگونه وی را مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه می‌خواهند در خیابان پلیس را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب عنوانین احترام‌آمیز در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۴۷ مورد و گیلکی‌زبان با ۴۶ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۱۵) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۱۵ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



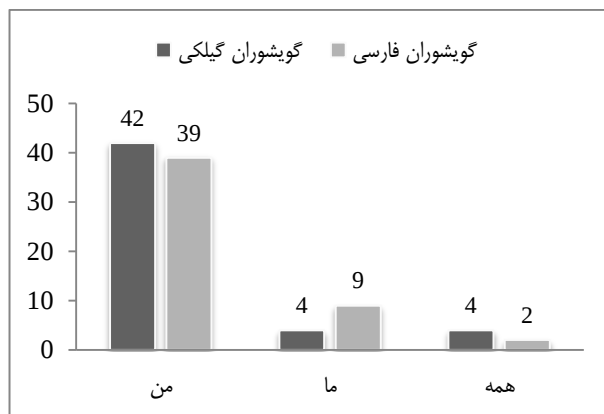
نمودار ۱۹. سؤال ۱۹

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۲۰ پرسش‌نامه «دختر/ پسر خردسال خود را با چه کلماتی در محیط خارج از منزل مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در محیط خارج از منزل می‌خواهند دختر/ پسر خردسال خود را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب اسم تحبیب در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۲۸ مورد و گیلکی‌زبان با ۲۱ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۲۰) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۲۰ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



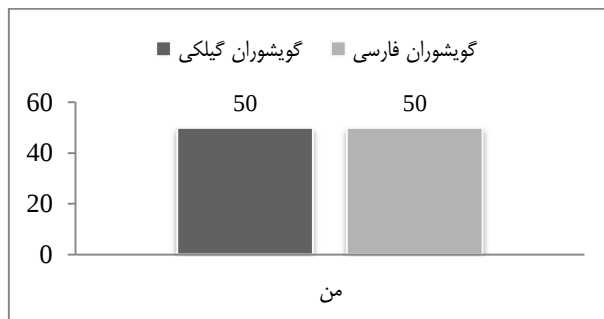
نمودار ۲۰. سؤال ۲۰

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۲۱ پرسش‌نامه «وقتی شخص محترمی را می‌خواهید مورد خطاب قرار دهید از چه کلماتی استفاده می‌کنید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه می‌خواهند شخص محترمی را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب عناوین احترام‌آمیز در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۲۸ مورد و گیلکی‌زبان با ۱۹ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۲۱) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۲۱ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



نمودار ۱۷. سؤال ۱۷

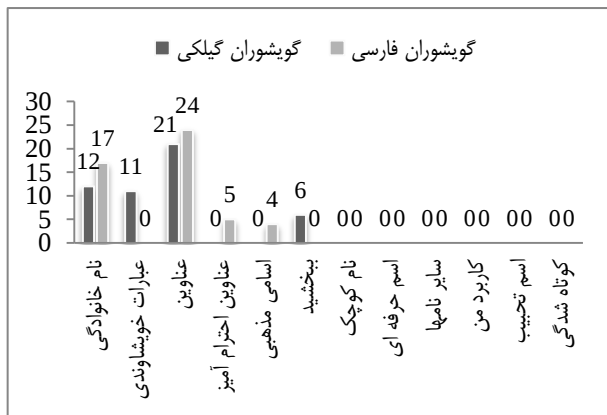
بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۱۸ پرسش‌نامه «وقتی می‌خواهید در یک محیط دوستانه و خانوادگی، مطلبی را درباره خود برای دیگران توضیح دهید با چه ضمیری خود را مورد خطابی قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در محیط دوستانه می‌خواهند خود را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب من در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۵۰ مورد و گیلکی‌زبان با ۵۰ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۱۸) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۱۸ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



نمودار ۱۸. سؤال ۱۸

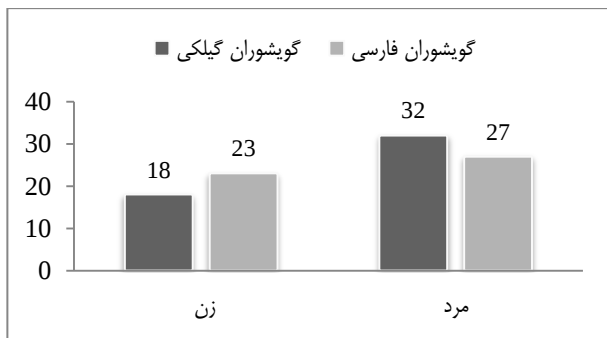
بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۱۹ پرسش‌نامه «دختر/ پسر خردسال خود را با چه کلماتی در محیط منزل مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در محیط منزل می‌خواهند دختر/ پسر خردسال خود را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب خویشاوندی و نام کوچک در میان گویشوران فارسی‌زبان هر کدام با ۲۲ مورد و نام کوچک در میان گویشوران گیلکی‌زبان با ۳۵ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۱۹) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۱۹ برای هر دو گروه نشان داده شده است.

فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۲۳ برای هر دو گروه نشان داده شده است.



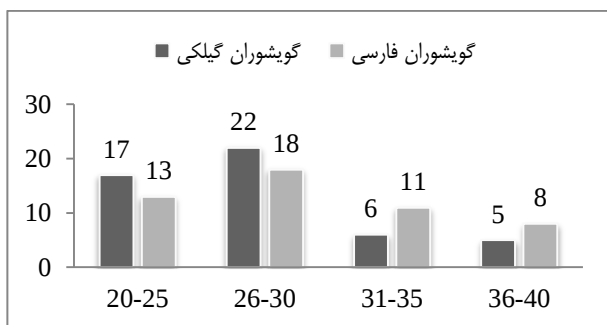
نمودار ۲۳. سؤال ۲۳

جامعه آماری تحقیق در میان گویشوران فارسی‌زبان متشکل از ۲۷ مرد و ۲۳ زن بوده است، و مصاحبه‌شوندگان گیلکی‌زبان نیز متشکل از ۳۲ مرد و ۱۸ زن بوده‌اند. در نمودار شماره (۲۴) توزیع جنسیت هر دو گروه از شرکت‌کنندگان نشان داده شده است.

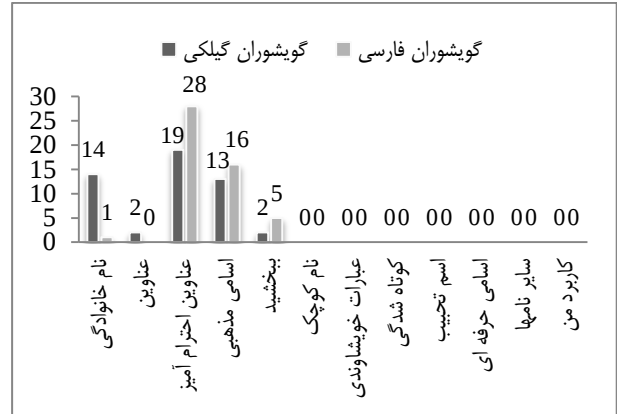


نمودار ۲۴. توزیع شرکت‌کنندگان در تحقیق بر اساس جنسیت

بیشترین مشارکت کنندگان فارسی‌زبان و گیلکی‌زبان دارای میانگین سنی بین ۲۶-۳۰ سال بوده‌اند. در نمودار شماره (۲۵) توزیع هر دو گروه از شرکت‌کنندگان بر اساس سن نشان داده شده است.

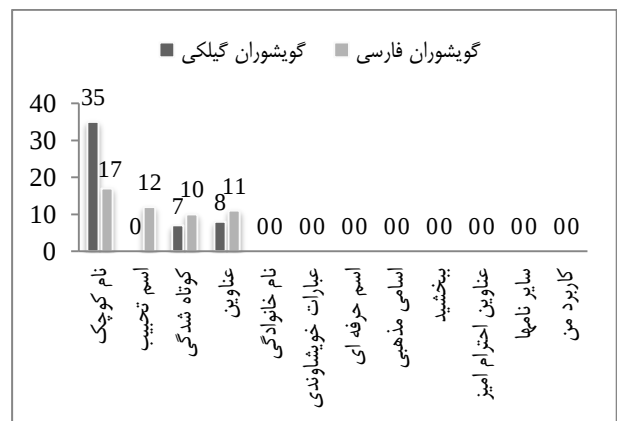


نمودار ۲۵. توزیع شرکت‌کنندگان در تحقیق بر اساس سن



نمودار ۲۱. سؤال ۲۱

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۲۲ پرسش‌نامه «وقتی با همسر خود بر سر موضوعی دچار اختلاف نظر هستید و بحث و گفتگو میان شما بالا گرفته و حاضر نیستید از حرف خود کوتاه بیاید، چگونه وی را مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در حال اختلاف نظر با همسر خود می‌خواهند وی را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب نام کوچک در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۱۷ مورد و گیلکی‌زبان با ۳۵ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۲۲) فراوانی کاربرد همه عبارات خطاب در پاسخ به سؤال ۲۲ برای هر دو گروه نشان داده شده است.

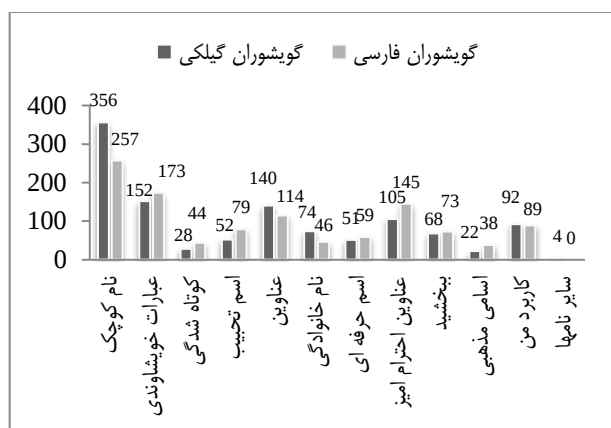


نمودار ۲۲. سؤال ۲۲

بر اساس تحلیل داده‌ها در سؤال ۲۳ پرسش‌نامه «فرض کنید در خیابان با فروشنده یک کالا به دلیل قیمت بسیار بالا و غیرواقعی کالا مشاجره می‌کنید، چگونه وی را مورد خطاب قرار می‌دهید؟» مشخص شد هنگامی که گویشوران هر دو گروه در محیط فروشگاه در حال مشاجره با فروشنده می‌خواهند وی را مورد خطاب قرار دهند، عبارت خطاب عنوان در میان گویشوران فارسی‌زبان با ۲۴ مورد و گیلکی‌زبان با ۲۱ مورد دارای بیشترین فراوانی کاربرد است. در نمودار شماره (۲۳)

بحث و نتیجه‌گیری

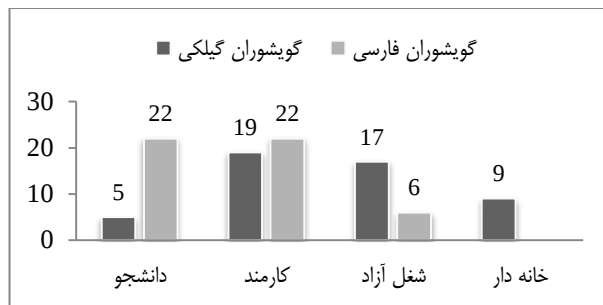
با توجه به نمودارهای مربوط به پرسش‌های تحقیق و کاربرد عبارات خطاب مشخص شد که عبارت خطاب نام کوچک در میان فارسی‌زبان‌ها با فراوانی ۲۵۷ و در میان گیلکی‌زبان‌ها با فراوانی ۳۵۶ دارای بیشترین کاربرد است. میزان کاربرد سایر عبارات خطاب به صورت مقایسه‌ای در نمودار شماره (۲۹) نشان داده شده است. میزان کاربرد نام کوچک در میان گویشوران فارسی‌زبان و گیلکی‌زبان نشان می‌دهد گویشوران این دو زبان بیشتر با عبارت خطاب نام کوچک یکدیگر را مورد خطاب قرار می‌دهند. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که جز برای افراد غریبه، اسم کوچک بی‌نشان‌ترین صورت خطاب است. افراد در اکثر موارد برای دوستان، بستگان و نزدیکان خود در محیط‌های رسمی و غیررسمی، ترجیح می‌دهند از نام کوچک سایر افراد استفاده کنند. این واقعیت به دلیل رابطه عاطفی موجود میان گویشوران فارسی‌زبان و گیلکی‌زبان با نزدیکان خویش است. اما در مورد افراد غریبه یا در محیط‌های اداری، بیشتر اسامی حرفه‌ای، اسامی احترام‌آمیز و عناوین در هر دو زبان کاربرد دارند.



نمودار ۲۹. فراوانی کاربرد عبارات خطاب در دو گروه شرکت‌کننده

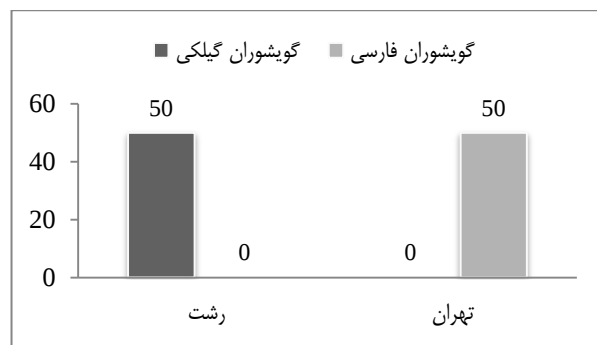
بیشتر اشاره شد که شکاری (۱۳۹۰) به بررسی راه‌هایی پرداخته است که روابط قدرت بر استراتژی‌های ادب در انتخاب الفاظ خطاب تأثیرگذار است. در پژوهش وی مدل ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) بر اساس تفاوت‌های قدرت موجود میان هم‌سخنان تحلیل شده است. یافته‌های این مطالعه شواهدی هستند دال بر رابطه میان جنسیت و نوع الفاظ خطاب و انتخاب استراتژی‌های ادب در ارتباط با همکاری با وضعیت‌های قدرت متفاوت. فردی با قدرت کمتر ترجیح می‌دهد که از استراتژی‌های ادب منفی استفاده کند در حالی که فردی با قدرت بیشتر مایل به استفاده از استراتژی‌های ادب مثبت در خطاب به همکاران در محل کار است. در پژوهش شکاری تنها به روابط قدرت و استراتژی‌های ادب اشاره شده و دیگر بافت‌های اجتماعی نادیده گرفته شده است. در پژوهش حاضر علاوه بر در نظر گرفتن بافت‌های اجتماعی مختلف، مشخص شد در موقعیت

بیشترین مشارکت کنندگان در تحقیق در میان گویشوران فارسی‌زبان را دانشجویان و کارمندان و در میان گیلکی‌زبان‌ها کارمندان و شاغلین آزاد تشکیل داده‌اند. در نمودار شماره (۲۶) توزیع شغلی شرکت کنندگان نشان داده شده است.



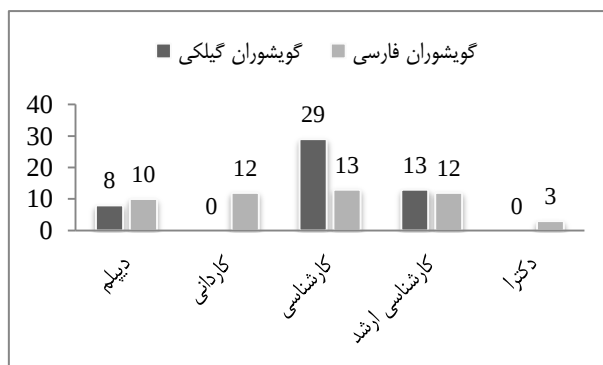
نمودار ۲۶. توزیع شرکت کنندگان در تحقیق بر اساس شغل

کل جامعه آماری تحقیق ساکن دو شهر تهران و رشت بوده‌اند، که در نمودار شماره (۲۷) قابل مشاهده است.



نمودار ۲۷. توزیع شرکت کنندگان در تحقیق بر اساس محل سکونت

جامعه آماری تحقیق در میان گویشوران فارسی‌زبان و گیلکی‌زبان بیشتر دارای تحصیلات کارشناسی بودند که در نمودار (۲۸) مشاهده می‌شود.



نمودار ۲۸. توزیع شرکت کنندگان در تحقیق بر اساس میزان تحصیلات

رسمی هنگامی که کارمندان یا همکاران شاغل در یک اداره می‌خواهند رئیس اداره یا مهندس شرکت را مورد خطاب قرار دهند، بیشتر از عناوین و اسامی حرفه‌ای و احترام‌آمیز استفاده می‌کنند. رئیس یا مهندس شرکت دارای قدرت بیشتر محسوب می‌گردد و کارمند اداره شخص دارای قدرت کمتر است. در پژوهش ما مشخص شد که فرد دارای قدرت کمتر در برابر فرد دارای قدرت بیشتر، به مراتب از عبارات خطاب مثبت و مؤدبانه‌تری در برابر طرف مقابل بهره گرفته و بیشتر استراتژی‌های ادب مثبت را رعایت کرده است. بنابراین، نتایج پژوهش ما عکس نتایج پژوهش شکاری (۱۳۹۰) بوده و آن را تأیید نکرده است.

صفیعی (۱۳۹۰) در پژوهش خود صورت‌های خطاب در زبان هورامی و کاربرد متفاوت هر یک از آنها در موقعیت‌ها و شرایط مختلف را بررسی کرده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که صورت‌های خطاب در زبان هورامی بیشتر به صورت واژه‌های خویشاوندی، ضمائر، عنوان‌ها، اسامی، عناوین شغلی، عناوین مذهبی و واژه‌های گرامی‌داشت هستند که هر یک از این صورت‌های خطاب در بافت‌های اجتماعی مختلف و تحت تأثیر عوامل اجتماعی مختلف کاربردهای متفاوت دارند. این پژوهش تنها به بررسی و ارائه بافت‌ها و موقعیت‌های متفاوت اجتماعی در یک زبان پرداخته است. در پژوهش ما نیز مشخص گردید که در زبان فارسی و گیلکی صورت‌های مختلفی از عبارات خطاب در موقعیت‌های اجتماعی مختلف توسط گویشوران مورد استفاده قرار گرفته است. بنابراین، نتایج پژوهش ما با نتایج پژوهش صفیعی (۱۳۹۰) همسو بوده و آن را تأیید می‌کند، تنها با این تفاوت که به مقایسه زبان گیلکی با زبان فارسی معیار نیز پرداخته است.

رحمانی (۱۳۹۲) نیز به بررسی اصطلاحات خویشاوندی خطاب در زبان‌ها و گویش‌های مختلف پرداخته است. ابتدا ساختار و الگوهای اصطلاحات خویشاوندی هر کدام از گویش‌ها مورد مطالعه قرار گرفته است. اکثر گویش‌های مورد مطالعه از الگوی یکسانی پیروی می‌کنند، اما در تعداد اندکی از آنها، اندکی تفاوت وجود دارد. در پژوهش مذکور ساخت واژه‌های خویشاوندی از لحاظ ساده یا ترکیبی بودن مورد بررسی قرار گرفته است. در تمامی گویش‌ها، خویشاوندان درجه اول (پدر، مادر، خواهر و برادر) واژگان ساده‌ای را به خود اختصاص داده‌اند و سایر خویشاوندان هر کدام برحسب نقش یا اهمیت، دارای واژگانی ساده یا ترکیبی هستند. موارد اشاره و خطاب از دیگر مباحث مورد مطالعه این پژوهش هستند. در اکثر گویش‌ها در موارد اشاره و خطاب به خویشاوندان مختلف، تفاوت وجود دارد. واژگان خطابی در خویشاوندان نسبی به منظور صمیمیت بیشتر، و در خویشاوندان سببی برای احترام به کار رفته‌اند. بر همین اساس، واژه‌های خطابی عموماً ساده و از نوع خویشاوندان نزدیک هستند. داده‌های این پژوهش نشان داده است که اصطلاحات خویشاوندی در گویش‌های ایرانی اگرچه به لحاظ ساختار اصلی از الگوی کم‌وبیش مشابهی پیروی می‌کنند، به

لحاظ نوع واژه از تنوع قابل توجهی برخوردار هستند. رحمانی (۱۳۹۲) نیز در پژوهش خود تنها به بافت مشخصی در ارتباط با خویشاوندان و نزدیکان توجه نموده و اصطلاحات رسمی را از نظر دور داشته است. در پژوهش ما مشخص شد که افراد هنگام خطاب قرار دادن افراد بزرگ‌سال یا محترم در موقعیت رسمی سعی دارند از عبارات خطاب محترمانه‌تر استفاده کنند، و همچنین برای مورد خطاب قرار دادن نزدیکان خود از ساده‌ترین نوع خطاب یعنی نام کوچک استفاده کرده‌اند. بنابراین، نتایج پژوهش ما در کاربرد اصطلاحات خویشاوندی در دو زبان گیلکی و فارسی همسو با نتایج تحقیق رحمانی (۱۳۹۲) بوده و آن را تأیید می‌کند.

همچنین احمدخانی (۱۳۹۳) رفتار خطاب را تنها در گونه گفتاری زبان فارسی بررسی کرده و با تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از ۴۳ گویشور فارسی نشان داده است که ۱۰ نوع اصطلاح خطاب در مکالمات روزمره استفاده شده است: اسامی شخصی، عناوین (القاب)، اسامی مذهبی، اصطلاحات شغلی، اصطلاحات روابط خویشاوندی، اصطلاحات احترام‌آمیز و رسمی، اصطلاحات صمیمانه و خودمانی، ضمائر شخصی، عبارات توصیفی و اصطلاحات. هم چنین استعاره‌ها و تابوها نیز در داده‌ها بررسی و تحلیل شده‌اند. نتایج پژوهش حاضر نیز نشان می‌دهد که انواع مختلفی از عبارات خطاب در بین گویشوران فارسی‌زبان و گیلکی‌زبان مورد استفاده قرار گرفته‌اند، مانند نام کوچک، اسامی حرفه‌ای، عبارات خویشاوندی، عناوین احترام‌آمیز و...، که همسو با پژوهش احمدخانی (۱۳۹۳) بوده و نتایج آن را تأیید می‌کند. انجام این پژوهش و بررسی تطبیقی عبارات خطاب در زبان فارسی و گیلکی به شناخت و شناسایی شباهت‌ها و تفاوت‌های میان اصطلاحات خطاب در زبان فارسی و زبان گیلکی کمک کرده و ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی، جامعه‌شناختی و نوع بیان و خطاب کردن در این دو زبان را بازنموده است و به آشکار شدن تفاوت‌های فرهنگی هر چند اندک در هر دو زبان کمک شایانی کرده است.

منابع

- اجلالی، پیروش (۱۳۶۶). *زبان در بافت فرهنگی آن*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه تهران.
- احمدخانی، محمدرضا (۱۳۹۳). بررسی جامعه‌شناختی عبارات خطاب در فارسی گفتاری محاوره‌ای. *زبان شناخت*، سال پنجم، شماره اول، ۱-۱۸.
- باقری، مهری (۱۳۷۷). *مقدمات زبان‌شناسی*، چاپ دهم. تهران: نشر قطره.
- بیرون‌راه، بهناز (۱۳۹۲). *تأثیر جنسیت بر کاربرد واژگان خطاب در گفتار زبان فارسی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.

فارسی‌گفتاری. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه پیام‌نور واحد تهران.
لادو، رابرت (۱۳۶۷). *زبان‌شناسی در میان فرهنگ‌ها*. مترجم: علی درزی. تهران: جهاد دانشگاهی تربیت معلم.
مدرسی، یحیی (۱۳۶۸). *درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان*. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

- Afful, J. B. A. (2006). Address Terms among University Students in Ghana: A Case Study. *Journal of Language and Intercultural Communication*, 6(1), 76-91.
- Braun, F. (1988). *Terms of Address: Problems of Patterns and Usage in Various Languages and Cultures*. Berlin, New York & Amsterdam: Walter de Gruyter.
- Brown, P. & S. Levinson (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Geeraerts, D., G. Kristiansen, & Y. Peirsman. (2010). *Advances in Cognitive Sociolinguistics*. Berlin: De Gruyter Mouton.
- Hudson, R. A. (1980). *Sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mehrotra, R. R. (1981). Non-kin Forms of Address in Hindi. *International Journal of the Sociology of Language*, 32, 121-137.
- Parkinson, S. (1985). *Sociolinguistic Variation in Speech Communities*. London: Edward Arnold.
- Richland, A. (1998). What is Sociolinguistics: Three Postulates for Sociolinguistic Research. *Archivum Linguisticum*, 7(2), 152-160.

بیتس، دانیل و فرد پلاگ (۱۳۸۲). *انسان‌شناسی فرهنگی*. مترجم: محسن ثلاثی. تهران: علمی.
پابنده لنگرودی، محمود (۱۳۶۸). *فرهنگ گیل و دیلم*. تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
دادمهر، سمانه (۱۳۹۲). *تحلیل مقابله‌ای القاب خطاب در فارسی و انگلیسی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه شهید باهنر کرمان.
رحمانی، شفق (۱۳۹۲). *بررسی ساختاری و معنایی اصطلاحات خویشاوندی در زبان‌ها و گویش‌های ایرانی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه شیراز.
رمضانی، رضا (۱۳۹۴). *بررسی سبک‌شناسی خطاب در سوره‌های مدنی قرآن کریم*. پایان‌نامه دکتری زبان‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد.
شرفی، علی اصغر (۱۳۸۰). *مجموعه مقالات مردم‌شناسی ایران*. تهران: پارسینه.
شکاری، الهه (۱۳۹۰). *مطالعه زبان و قدرت در گفتمان محل کار فارسی‌زبانان با توجه به صورت‌های خطاب و استراتژی‌های ادب*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد آموزش زبان انگلیسی، دانشگاه تربیت معلم.
صفیعی، نادیا (۱۳۹۰). *صورت‌های خطاب در زبان هورامی: رویکردی اجتماعی-انتقادی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه رازی کرمانشاه.
عشقی نژاد، شهرزاد (۱۳۹۳). *راه‌کارهای ادب و فرم‌های خطاب در پیام‌های کوتاه دانشجویان ایرانی زبان انگلیسی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه کاشان.
عقیلی، سیدعلی (۱۳۹۲). *بررسی استعاره در عبارات خطاب زبان*

پیوست شماره ۱: پرسش‌نامه تحقیق

دانشکده، گروه زبان‌شناسی همگانی
پژوهشگر:

اطلاعات جمع‌آوری شده در این پرسش‌نامه صرفاً برای انجام تحقیق دانشگاهی پیرامون «بررسی و مقایسه جامعه‌شناختی عبارات خطاب در زبان فارسی و گیلکی» بوده و از این مطلب به نفع یا علیه کسی استفاده نخواهد شد. پاسخ‌های صادقانه شما کاملاً محفوظ خواهد بود. لذا نیازی به نگارش نام و نام خانوادگی در فرم مربوطه نمی‌باشد. از همکاری شما صمیمانه سپاسگزارم.

اطلاعات شخصی

جنسیت: سن: زبانی که از کودکی با والدین یا دوستان خود صحبت می‌کردید: شغل:

محل زندگی: میزان تحصیلات:

رشته تحصیلی:

۱. در محیط منزل وقتی با خواهر خود کاری دارید، او را با چه کلماتی مورد خطاب قرار می‌دهید؟

- ☐ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. ☐ نام خانوادگی
- ☐ عبارت خویشاوندی (خواهر/آبجی)
- ☐ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم) ☐ کوتاه‌شدگی (پری به جای پریسا)
- ☐ عنوانین (آقا/خانم)
- ☐ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) ☐ عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب) ☐ اسامی مذهبی (حاج خانم)
- ☐ عناوین معکوس (داداشی) ☐ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفاً خودتان بنویسید.

۲. در محیط منزل وقتی با برادر خود کاری دارید، او را با چه کلماتی مورد خطاب قرار می‌دهید؟

□ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
 □ عبارت خویشاوندی (برادر/ داداش)
 □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد)
 □ عناوین (آقا/ خانم)
 □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) □ عناوین احترام‌آمیز (قربان،
 جناب) □ اسامی مذهبی (آقا، کربلایی)
 □ عناوین معکوس (خواهری) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده،
 لطفا خودتان بنویسید.....

۳. در یک مهمانی وقتی با خواهر و یا برادر خود کاری دارید، آنها را با چه
 کلماتی مورد خطاب قرار می‌دهید؟

□ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
 □ عبارت خویشاوندی (خواهر/ برادر/ آبجی/ داداش) □ اسم تحبیب
 (عزیزم، جانم، گلم) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای
 پریسا) □ عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد)
 □ عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا،
 کربلایی) □ عناوین معکوس (داداشی/ خواهری) □ هر نامی غیر از اینها
 که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۴. پدر خود را با چه کلمه‌ای مورد خطاب قرار می‌دهید؟

□ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
 □ عبارت خویشاوندی (بابا/ پدر)
 □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد)
 □ عناوین (آقا) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) □ عناوین
 احترام‌آمیز (قربان، جناب) □ اسامی مذهبی (آقا، کربلایی) □ عناوین
 معکوس (بابایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان
 بنویسید.....

۵. مادر خود را با چه کلمه‌ای مورد خطاب قرار می‌دهید؟

□ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
 □ عبارت خویشاوندی (مامان/ مادر)
 □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم) □ کوتاه‌شدگی (پری به جای پریسا)
 □ عناوین (خانم)
 □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) □ عناوین احترام‌آمیز (قربان،
 سرکار) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ کربلایی) □ عناوین معکوس
 (مامانی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۶. فرض کنید صمیمی‌ترین دوست شما به منزل شما آمده، وی را با چه
 کلمه‌ای مورد خطاب قرار می‌دهید؟

□ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
 □ عبارت خویشاوندی (خواهر/ برادر/ آبجی/ داداش) □ اسم تحبیب
 (عزیزم، جانم، گلم) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای
 پریسا)
 □ عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد)
 □ عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا،
 کربلایی) □ عناوین معکوس (بابایی/ مامانی) □ هر نامی غیر از اینها که
 ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۷. فرض کنید در محیط کار می‌خواهید همکار خود را مورد خطاب قرار
 دهید از چه کلماتی استفاده می‌کنید؟

□ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
 □ عبارت خویشاوندی (خواهر/ برادر/ آبجی/ داداش) □ اسم تحبیب
 (عزیزم، جانم، گلم) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای
 پریسا)
 □ عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد)
 □ عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا،
 کربلایی) □ عناوین معکوس (بابایی/ مامانی) □ هر نامی غیر از اینها
 که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۸. در حال عبور از خیابان هستید، کیف نفر جلویی شما روی زمین
 می‌افتد، برای متوجه کردن وی از چه کلماتی استفاده می‌کنید؟

□ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
 □ عبارت خویشاوندی (خواهر/ برادر/ آبجی/ داداش) □ اسم تحبیب
 (عزیزم، جانم، گلم) □ عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/
 دکتر/ استاد) □ عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب) □ اسامی مذهبی (حاج
 خانم/ آقا، کربلایی) □ ببخشید (بدون نام) □ هر نامی غیر از اینها که
 ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۹. در یک مهمانی هستید و می‌خواهید به یک خانم/آقای میانسال مطلبی
 را اطلاع دهید، چگونه وی را مورد خطاب قرار می‌دهید؟

□ ببخشید (بدون نام) □ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم.
 □ نام خانوادگی □ عبارت خویشاوندی (خواهر/ برادر/ آبجی/ داداش/
 عمو/ خاله) □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم) □ عناوین (آقا/ خانم)
 □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) □ عناوین احترام‌آمیز (قربان،
 جناب) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از
 اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۱۰. در محیط یک کارخانه هستید و می‌خواهید رئیس کارخانه را مورد
 خطاب قرار دهید؟

□ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
 □ عبارت خویشاوندی (خواهر/ برادر/ آبجی/ داداش) □ اسم تحبیب
 (عزیزم، جانم، گلم) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای
 پریسا) □ عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) □
 عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب، آقای رئیس) □ اسامی مذهبی (حاج
 خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان
 بنویسید.....

۱۱. در محیط منزل چگونه همسر خود را مورد خطاب قرار می‌دهید؟

□ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
 □ عبارت خویشاوندی (مادر «اسم فرزند») □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم،
 گلم) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای پریسا) □ عناوین
 (آقا/ خانم، عیال) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) □ عناوین
 احترام‌آمیز (قربان، جناب) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی)
 □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۱۲. در محیط بیرون چگونه همسر خود را مورد خطاب قرار می‌دهید؟

□ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
 □ عبارت خویشاوندی (مادر «اسم فرزند») □ اسم تحبیب (عزیزم،
 جانم، گلم) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای پریسا)
 □ عناوین (آقا/ خانم، عیال) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد)

۱۹. دختر/ پسر خردسال خود را با چه کلماتی در محیط منزل مورد خطاب قرار می‌دهید؟

- فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم.
 - نام خانوادگی □ عبارات معکوس (بابایی/ مامانی)
 - عبارت خویشاوندی (عمو) □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم)
 - کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای پریسا) □ عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) □ عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب، سرکار، سرهنگ) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....
۲۰. دختر/ پسر خردسال خود را با چه کلماتی در محیط خارج از منزل مورد خطاب قرار می‌دهید؟

- فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم.
- نام خانوادگی □ عبارات معکوس (بابایی/ مامانی)
- عبارت خویشاوندی (عمو) □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم)
- کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای پریسا) □ عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) □ عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب، سرکار، سرهنگ) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۲۱. وقتی شخص محترمی را می‌خواهید مورد خطاب قرار دهید از چه کلماتی استفاده می‌کنید؟

- فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
- ببخشید/ عذر می‌خوام □ عبارت خویشاوندی (عمو) □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای پریسا) □ عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) □ عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب، سرکار، سرهنگ) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۲۲. وقتی با همسر خود بر سر موضوعی دچار اختلاف نظر هستید و بحث و گفتگو میان شما بالا گرفته و حاضر نیستید از حرف خود کوتاه بیاید، چگونه وی را مورد خطاب قرار می‌دهید؟

- فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
- عبارت خویشاوندی (مادر «اسم فرزندان») □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای پریسا) □ عناوین (آقا/ خانم، عیال) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) □ عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب، سرکار خانم) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۲۳. فرض کنید در خیابان با فروشنده یک کالا به دلیل قیمت بسیار بالا و غیرواقعی کالا مشاجره می‌کنید، چگونه وی را مورد خطاب قرار می‌دهید؟

- ببخشید (بدون نام) □ فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم.
- نام خانوادگی □ عبارت خویشاوندی (خواهر/ برادر/ آجی/ داداش/ عمو/ خاله) □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم) □ عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد) □ عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

□ عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

- ۱۳. مهندس یک اداره را با چه عنوانی مورد خطاب قرار می‌دهید؟
- فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
- عبارت خویشاوندی (عمو/ دایی)
- اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای پریسا)
- عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد)
- عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب، سرکار)
- اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۱۴. عمو/ خاله و یا دایی/ عمو خود را با چه عنوانی مورد خطاب قرار می‌دهید؟

- فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
- عبارت خویشاوندی (عمو/ خاله/ دایی/ عمو) □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم، جان) □ کوتاه‌شدگی (ممد به جای محمد، پری به جای پریسا)
- عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد)
- عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۱۵. در خیابان می‌خواهید از پلیس آدرسی را سؤال کنید چگونه وی را مورد خطاب قرار می‌دهید؟

- فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
- ببخشید/ عذر می‌خوام □ عبارت خویشاوندی (عمو) □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم) □ عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (آقای پلیس)
- عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب، سرکار، سرهنگ) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۱۶. به مهمانی رفته‌اید که هیچ یک از افراد برای شما آشنا نیستند، با چه کلماتی سر صحبت را با فرد کنار دستی خود آغاز می‌کنید؟

- فقط نام کوچک او را مورد خطاب قرار می‌دهم. □ نام خانوادگی
- ببخشید/ عذر می‌خوام
- عبارت خویشاوندی (خواهر/ برادر/ داداش/ آجی) □ اسم تحبیب (عزیزم، جانم، گلم)
- عناوین (آقا/ خانم) □ اسامی حرفه‌ای (مهندس/ دکتر/ استاد)
- عناوین احترام‌آمیز (قربان، جناب، سرکار، سرهنگ) □ اسامی مذهبی (حاج خانم/ آقا، کربلایی) □ هر نامی غیر از اینها که ذکر نشده، لطفا خودتان بنویسید.....

۱۷. وقتی می‌خواهید در یک محیط رسمی، مطلبی را در مورد خود برای دیگران توضیح دهید با چه ضمیری خود را مورد خطابی قرار می‌دهید؟

- من □ ما □ بهتره که همه.....

۱۸. وقتی می‌خواهید در یک محیط دوستانه و خانوادگی، مطلبی را در مورد خود برای دیگران توضیح دهید با چه ضمیری خود را مورد خطابی قرار می‌دهید؟

- من □ ما □ بهتره که همه.....